

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun masyarakat secara khusus.¹ Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu. Lingkup penelitian kemungkinan berkaitan dengan suatu siklus kehidupan atau hanya mencakup bagian tertentu yang difokuskan pada faktor-faktor tertentu atau unsur-unsur dan kejadian secara keseluruhan.² Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Ada Swalayan Kudus .

Sedangkan pendekatan penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan contoh tipe penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif.

Penentuan rancangan suatu penelitian memiliki dua tujuan. Pertama penetapan rancangan penelitian dapat membatasi studi, memperjelas alur penelitian jadi dalam hal ini rancangan akan membatasi bidang penelitian. Kedua penetapan rancangan itu berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Pustaka Setia, Bandung, 2012, hal. 55.

² Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2002, hal. 26.

eksklusi atau memasukan mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kuantitatif meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.³

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari perusahaan atau data yang terjadi di lapangan yang diperoleh dari teknik wawancara khususnya dengan pihak yang berwenang dengan penelitian ini.⁴ Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambil data langsung pada sumber obyek sebagai informasi yang dicari. Sumber data primer dapat diperoleh dari observasi dan hasil wawancara langsung dengan pemilik dan konsumen Ada Swalayan Kudus.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang diberikan oleh pihak lain maupun pihak perusahaan. Data sekunder yang digunakan berupa literatur ilmiah dan lainnya seperti buku (perpustakaan), website media internet (media cetak dan elektronik). Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai pusat data yang ada antara lain pusat data di perusahaan atau lembaga yang memiliki poll data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data tentang struktur organisasi, proses produksi, sistem pengendalian intern persediaan bahan baku, flowcart, produk perusahaan, dan sejarah perusahaan.

³ Sugiyono, *Op. Cit.*, hal. 402.

⁴ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, BPFE Universitas Diponegoro, Semarang, 2006, hal. 5.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah meliputi :

1. Metode Angket

Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵ Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Sedangkan untuk pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan indikator masing-masing variabel yang meliputi variabel kualitas, harga, keputusan pembelian konsumen Ada Swalayan Kudus.

2. Metode Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁶

Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit*, hal. 199.

⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005, hal. 64.

observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi. Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati kondisi fisik Ada Swalayan Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang berikutnya adalah metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang telah tercatat atau terdata dalam suatu laporan atau pembukuan. Sehingga peneliti tidak melakukan pengolahan langsung. Data ini berupa gambaran umum, jumlah karyawan, badan hukum, struktur organisasi dan lainnya.

D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Tempat penelitian dipilih karena adanya kesediaan penuh dari pihak manajemen untuk bekerjasama dan membantu penulis dengan memberikan data dan informasi penulis butuhkan guna kelancaran penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen Ada Swalayan Kudus.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷ Penelitian jenis populasi ini didasarkan alasan bahwa yang akan diuji pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Ada Swalayan

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1993, hal. 102.

Kudus. Adapun populasi penelitian ini adalah keseluruhan konsumen Ada Swalayan Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Ferdinand, bila dalam penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik *sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada. Misalnya digunakan ukuran sampel untuk estimasi nilai rerata, maka penghitungan jumlah sampel berdasarkan rumus sebagai berikut:⁸

$$n = \frac{Z^2}{4 + e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 10\%$ (derajat keyakinan ditentukan 90%) maka Z = 1,96

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4 + (0,1)^2} = 96,04 \approx 100 \text{ sampel}$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel ini merupakan konsumen Ada Swalayan Kudus.

F. Tata Variabel Penelitian

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, agar permasalahan yang

⁸ Augusty Ferdinand, *Op. Cit.*, hal. 53.

diteliti lebih terfokus maka dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

1. Variabel independen : kualitas dan harga.
2. Variabel dependen : keputusan pembelian.

G. Definisi Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|-------------------------|--|---|---------------|
| Harga (X1) | Salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian, yang terkait dengan harga yang terjangkau oleh konsumen. ⁹ | a. harga yang terjangkau b. harga relatif lebih murah dari pesaing c. kesesuaian antara harga dengan kualitas d. kesesuaian antara harga dengan kuantitas. | <i>Likert</i> |
| Kualitas Produk (X2) | Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Suatu produk lazimnya memiliki dua jenis manfaat, yakni | a. bahan untuk membuat produk berkualitas b. tempat penyajian produk bersih c. bentuk / tampilan produk menarik. | <i>Likert</i> |

⁹ *Ibid.*, hal. 6.

| | | | |
|-------------------------|--|--|---------------|
| | manfaat fungsional dan manfaat psikologis. ¹⁰ | | |
| keputusan pembelian (Y) | Sikap yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternatif yang lain dan berlangganan ulang oleh konsumen. ¹¹ | <p>a. Mengenali permasalahan yang akan diselesaikan</p> <p>b. Mencari informasi sebelum menggunakan produk</p> <p>c. Mencari alternatif untuk memutuskan menggunakan produk</p> <p>d. Keputusan untuk membeli kuantitas dan kualitas produk</p> <p>e. Menggunakan kembali produk yang sama</p> | <i>Likert</i> |

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹² Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai

¹⁰ Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi : Yogyakarta, 2008, hal. 77.

¹¹ Ferdy Zoel Kurniawan, *Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Soto Angkring “Mas Boed” Spesial Ayam Kampung Semarang*, Jurnal.Undip.ac.id, Vol.XII, No. 3, 2014, hal. 9.

¹² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip : Semarang, 2008, hal. 91.

Cutoff yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson. Untuk kaidah pengambilan keputusan uji korelasi terangkum dalam tabel sebagai berikut :¹³

Tabel 3.2
Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

| Hipotesis Nol | Keputusan | Syarat |
|--|---------------------|-----------------------|
| Tidak ada autorekolasi positif | Tolak | $0 < d < dl$ |
| Tidak ada autorekolasi positif | Tidak ada keputusan | $dl < d < du$ |
| Tidak ada autorekolasi negatif | Tolak | $4 - dl < d < 4$ |
| Tidak ada autorekolasi negatif | Tidak ada keputusan | $4 - du < d < 4 - di$ |
| Tidak ada autorekolasi positif/negatif | Terima | $Du < d < 4 - du$ |

Sehingga sebuah penelitian yang baik dikatakan lulus uji autokorelasi jika tidak ada autokorelasi positif atau negatif pada penelitian tersebut. Dengan kaidah pengambilan keputusan jika nilai output SPSS pada kolom durbin watson diantara *degree of upper* (*du*) dan dibawah $4 - du$ dengan ketentuan pengambilan nilai tabel *durbin watson* untuk baris $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel bebas.

3. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan

¹³ *Ibid.*, hal. 105.

yang lain.¹⁴ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dan baik dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika sudah lulus uji heteroskedastisitas. Dikatakan lulus uji heteroskedastisitas jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data itu normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.¹⁵

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas suatu data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Demikian dengan hanya melihat histogram ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Dikatakan lulus uji normalitas atau data terdistribusi dengan normal jika *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

¹⁴ *Ibid.*, hal.105.

¹⁵ *Ibid.*, hal.107.

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model umum persamaan regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) dan pengolahannya menggunakan alat Bantu SPSS. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan :

| | |
|-------------|--------------------------------|
| Y | = Variabel keputusan pembelian |
| b_0 | = Konstanta regresi berganda |
| $b_1 - b_2$ | = Koefisien regresi |
| x_1 | = Variabel harga |
| x_2 | = Variabel kualitas produk |
| e | = Variabel diluar penelitian |

2. Uji t Parsial

Menurut Ghozali, uji t parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah pengujian uji t adalah :¹⁶

a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

¹⁶ *Ibid.*, hal. 84.

$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$, ada pengaruh bermakna antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

b. Menghitung nilai t dengan rumus :

$$t = \frac{\beta_i - \beta_i}{se(\beta_i)}$$

c. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 5%; $df = n$

d. Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak

e. kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji t parsial, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial jika nilai output SPSS pada kolom *coefficient* untuk melihat t hitung menunjukkan nilai lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan ketentuan t tabel dengan derajat kebebasan = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

3. Hasil Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji F adalah :

a. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0; b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

H1; minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).

- b. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 1%; $df = k; n - (k+1)$
- c. Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut :

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$; maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$; maka H_0 ditolak

- d. kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:
 $\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0
 $\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji F simultan, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan jika nilai output SPSS pada kolom ANOVA untuk melihat F hitung menunjukkan nilai lebih besar dari F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan ketentuan F tabel dengan derajat kebebasan pembilang = jumlah variabel bebas dan derajat kebebasan penyebut = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.¹⁷ Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara matematis jika nilai $r^2 = 1$, maka $adjustedR^2 = r^2 = 1$ sedangkan jika nilai $r^2 = 0$, maka nilai $adjustedR^2 = (1 - k)/(n - k)$ jika $k > 1$, maka $adjusted^2$ akan bernilai negatif.¹⁸



¹⁷ *Ibid.*, hal. 83.

¹⁸ *Ibid.*, hal. 97.